

R・B・K EYE

VOL. 87

2008. NOVEMBER

編集責任 飯嶋 薫

1. エスモードインターナショナルが池上本門寺から発信

11月8日に日仏交流150周年記念イベントとしてパリに本校を置き、200年の歴史をもつエスモードインターナショナルの国際会議(産学協同のあり方)と世界14ヶ国21校の学生によるファッションショーが世界平和(世の中を生き生きさせたい)を願う池上本門寺管長の協力で開催され、今の日本のコマーシャリズムに侵されすぎたファッション業界に大事なメッセージを発信しました。シンポジウムの冒頭に14ヶ国エスモードの理事長である仁野覚氏から作る人の情熱、喜び、クリエイションが大事、もっと個を生かし、文化を大切に作る産業としてあるべきですと、日本の現況はあまりにもビジネス優先、売れ筋優先、その結果ファッションのユニフォーム化がおきているとの厳しい指摘がありました。それを受けパリ市モード、デザイン担当官のフィリップ・フォール氏がパリ市の現状を次のように話しました。パリ市では自治体として6年前からクリエイションの都市キャンペーンを「メゾンエオブジェ」とし、由緒ある歴史、感動する心を大切に、のコンセプトでモード、デザインのキャンペーンを張っています。またこのキャンペーン推進の中心はパリ市長です。更に仏ではファッション、テキスタイルの専門学校卒業生に学士号取得が認められたり、パリ市が学校と産業の架け橋を行うなどクリエイターの応援を積極的に行っていますとのことでした。

今回のエスモード国際会議のメッセージは多くの業界人に聞かせたい発信でした。

2. アパレル企業は「わが社はこれで攻める」を明確に

11月の百貨店売り上げが連休を越えてマイナスになりそうです。これで百貨店売り上げは9ヶ月連続減収、衣料は17ヶ月連続減収となります。

アパレル業界では「高付加価値・リーズナブル価格」=東京スタイル、「期中の売れ筋追求型から期初企画重視の編集形へ」=サンエー・インターナショナル、など低迷するマーケットへの対応をすすめています。業績を好転させるのは難しく、むしろ新たな問題に追われています。

これまでは「ワンランク上の価格帯で単価アップ」を狙う百貨店もあったのですが、今は皆無になり、「とにかく価格で勝負できる新ブランド」への要望が強まっているそうです。また、「売り上げよりも利益」とばかりに掛け率交渉もともなってくるのが多く、原料、工賃、物流などの諸経費を抑えることも限界にきており、店舗ごとに見ると赤字、今年は企業別にみても黒字の得意先はなくなるのではないかとという声も聞かれます。

そこで社内で浮上するのは「製造卸から製造小売へ」の新業態へのシフトですが、先行する数社を除くと、物づくりのノウハウがあっても、厳しい小売業のノウハウを持った人材が育成できていないことから苦戦しているのが現状でしょう。

「世界同時不況」「100年に一回の金融危機」と言われ、衣料消費の低迷も長引くとの認識は広がっていますが、金融機関や仕入先とのコミュニケーションをとり、「わが社はこれで攻める」との戦略を明確にすることが何より求められているのではないのでしょうか。

3. 紀ノ国屋オープン「9つのこだわりストーリー」

「食を豊かに。そして、人生を豊かに。」1953年、東京青山に日本で初めてのスーパーマーケットを創業以来、紀ノ国屋の基本思想です。

暫く本館の立替で仮営業していましたこの11月に新インターナショナルとして本館地下にオープ

ンしました。同店の思想は人と食と関わりを文化としてとらえ、育てていく姿勢でもあります。日本国中、世界へも名料理、特産と聞けば行って、生産者とじっくり話し、全て手間をかけアナログ作業の中、紀ノ国屋の独自のこだわり、流儀、クオリティとなりお客様の支持を得ています。新オープンに際して9つのこだわりストーリーを提案し、話題になっております。①生産者60軒200種の野菜 ②フランスから学んだデリカテッセン(テリーヌ最高)③99%契約畜産からの仕入れ精肉(山形産の黒毛和牛最高)④鮮度あるシーフード(塩鮭最高) ⑤石臼挽きのベーカリー(イギリスパンは何処よりも旨い)⑥こだわりのワイン(最高級のプロシュットも旨い)⑦エルベ・モンストコロポのチーズ(店内に熟成庫設置)⑧フルーツタルト(100年前、青山に創業した、紀ノ国屋の前身は果物や、こだわりのタルトは豪華で最高)⑨ワンランク上のショコラ(自家製ショコラ bon doux 誕生)。以上ですが新オープンでもっとも充実し評価されるのはベーカリー、スイーツコーナーです。又、店内に出来たバール(BAR)で焼き上げパンとコーヒーも行けば寄りたくなるコーナーです。確かにすべての商品の価格はおそらく日本で一番高いかもしれませんがここまでこだわり充実すれば納得価格です。

4. 違和感一杯の新宿モード学園のコクーンタワー

建設中から景観上、きわめて異質な建物モード学園のコクーンタワーが完成し街の景観を壊しています。名古屋のモード学園のビルも同様です。新宿には建物の規制がないのでしょうか、銀座には行政とは別に商店街や有識者で構成された機関「銀座ルール委員会」なるものがあり昨年も銀座松坂屋の高層建築立替にNOを告げました。新宿のモード学園や大都市駅前に進出の家電ビルのどぎつい派手なゴテゴテのサインも銀座ルールを適用したいと思うのは私だけでしょうか、将来の日本を考えると都市の建築物やサインにイメージ上のコントロールが必要でしょう。同コクーンタワーにはテナントとして西口最大の「ブックファースト」、トランジットが手がけた情報カフェ、本、アート、デザイン、音楽、映像、ネットの情報をインストールできる「BLUE SQUARE CAFÉ」がオープンし話題になり覗いてみました。本を選びながらゆっくりカフェでのコンセプトにしてはブックファーストと遠く離れた場所にあり連動性がありませんし、トランジットが手がけたわりには極めてチープな学生休憩室といった感じです。3台しかインターネットもなく、ブック販売も飾り程度と中途半端でがっかりでした。

5. 「ミキモト ギンザ2」にバブリーなレストラン「DAZZLE」がオープン

銀座の新しいランドマーク「ミキモト ギンザ2」の8階と9階に今時珍しくバブリーなレストランがオープンしました。

グローバルデザインのナンバー2だった新川義弘氏の2店目のプロデュース店。まず7階でエレベーターを降りると、オープンキッチンが目の前に広がりそこからウィティングルームに通される。私たちは1番奥のソファがある小部屋に通されたのだがそこはまさに80年代のクラブのVIPルーム。今の時代には何とも悪趣味な感じだがアラフォー世代の私たちには不思議とどこか懐かしい。そこでアペリティフをいただいた後エレベーターで上のレストランフロアに通される。8メートルある高い天井とワインタワーと呼ばれる逆三角形の大きなワインセラーが圧巻である。日本最大級で常時3000本以上揃えているらしい。天井からはスワロフスキーのクリスタルの照明が160本つり下げられていて銀座のエレガントな雰囲気をかもしだしている。ワインのセレクトはリゾーナブルなプライスから100万円のロマネコンティまで幅広い。ここまでワインが揃っていればさぞかしお料理もと期待は大きく膨らみましたが、これは全くの期待はずれ。まずいわけではないのだがいたって普通。でもそれに見合ってお値段も銀座の一等地のわりにはとても良心的。ホールの方達もいたってフレンドリーで気取らず仲間とわいわい楽しめる。コースでもアラカルトでもどちらでもお腹のすき具合に合わせて選べるのも嬉しい。お値段は1人¥9000~。

中央区銀座 2-4-12、MIKIMOTO Ginza2 8・9F 03-5159-0991

営業時間: 17:00~25:00(22:30 L/O) 定休日 : 年中無休